

O fenômeno do Crowdfunding: uma revolução na forma como viabilizamos projetos e transformamos a sociedade

Eduardo Sangion e Felipe Matos

O FENÔMENO DO CROWDFUNDING

Uma revolução na forma como viabilizamos projetos e transformamos a sociedade

1. INTRODUÇÃO

Crowdfunding é uma ação de cooperação coletiva realizada por indivíduos que contribuem financeiramente, normalmente via internet, para apoiar iniciativas de outras pessoas ou organizações.

O avanço da internet revolucionou a forma pela qual lidamos com a informação e nos comunicamos. Não somente pela incrível disponibilidade e acessibilidade de conteúdo, produtos e serviços, mas também pela capacidade da rede de tornar cada indivíduo um produtor de conteúdo. O uso virtual das capacidades individuais, fonte da chamada inteligência coletiva, vem sendo observado na tendência chamada *crowdsourcing*¹. Esta capacidade de formação de comunidades virtuais engajadas tornou possível a realização de projetos grandiosos de forma colaborativa, como o Linux, a Wikipedia e a [NineSigma](#). Um dos caminhos promissores desta perspectiva colaborativa da rede vem ganhando força no mundo e também no Brasil: trata-se do *crowdfunding*.

A Wikipedia define *crowdfunding* como uma ação de cooperação coletiva realizada por indivíduos que contribuem financeiramente, normalmente via internet, para apoiar iniciativas de outras pessoas ou organizações. Podemos entendê-lo como um modelo de micro-financiamento coletivo cujo objetivo é viabilizar projetos ou ações das mais diversas naturezas. Essa perspectiva e a escala global da rede tornam possível a realização de projetos relativamente grandes, a partir de pequenas quantias coletadas de centenas ou, até mesmo, milhares de indivíduos pela rede. Em muitos casos, tratam-se de projetos para os quais os idealizadores dificilmente conseguiriam recursos de outra maneira.

O fenômeno do *crowdfunding*, que nos Estados Unidos e Europa já é realidade, começa a se disseminar no Brasil através de plataformas online, como [Catarse](#) e [Senso Incomum](#).

Podem haver diferenças de procedimento, mas, em geral, o mecanismo funciona assim: o internauta que acessa o site escolhe o projeto que deseja apoiar e seleciona uma quantia para investir, geralmente valores a partir de R\$ 10,00. Muitas vezes, os idealizadores dos projetos oferecem recompensas aos apoiadores, para cada faixa de apoio recebido. Músicos que querem gravar um CD podem oferecer, por exemplo, faixas em MP3 para quem contribuir com R\$ 10,00 ou, até mesmo, o CD completo para aqueles que colaborarem com R\$ 50,00 ou mais.

Plataformas de crowdfunding permitem o apoio financeiro coletivo a projetos sociais, de diversos tipos, gerando uma nova fonte de financiamento para ONGs e iniciativas de apoio social.

Dentre os exemplos internacionais, podemos citar o projeto Lantik+TikTok, postado na plataforma norte-americana [Kickstarter](#). Com ele, o designer Scott Wilson pretendia captar US\$ 15 mil em um mês para tirar do papel seu conceito de acessório para o player iPod Nano, da Apple, que o transformaria em um relógio de pulso. Como resultado, levantou quase US\$ 1 milhão e tornou-se *hit* nas redes sociais por todo o mundo. Esse é um exemplo de como o *crowdfunding* pode ser usado para captar tendências e como ferramenta de pré-venda.

A dimensão social também ganha com esta abordagem. Plataformas de *crowdfunding* permitem o apoio financeiro coletivo a projetos sociais, de diversos tipos, gerando uma nova fonte de financiamento para ONGs e iniciativas de apoio social.

Nas plataformas brasileiras, lançadas recentemente, há espaço para projetos artísticos diversos, pequenos empreendimentos, soluções para melhorar a vida das pessoas nas grandes cidades e também iniciativas de caráter social, como uma ONG que oferece formação profissionalizante a jovens e adolescentes de baixa renda e busca colaboração para adquirir materiais.

¹ *Crowdsourcing*: em tradução livre do inglês, é a “garimpagem da multidão”. Trata-se de um modelo que utiliza a internet e a inteligência coletiva para gerar valor.

Podemos dizer que, da mesma forma que as redes sociais digitais mudaram a forma como alocamos tempo e compartilhamos experiências, o financiamento coletivo poderá mudar a forma de alocarmos capital e gerarmos transformações positivas na sociedade. Trata-se de uma transferência de poder, que sai das mãos de poucos tomadores de grandes decisões financeiras e passa para a massa. Nesse sentido, ganham aqueles que tiverem a maior capacidade de comunicação e engajamento em rede, criando projetos com os quais as pessoas se identifiquem. O propósito e o sentido de uma ação, nesse contexto, ganham relevância, já que pessoas na multidão tendem a investir em projetos com os quais têm uma atração emocional e/ou social.

O sucesso destes projetos segue o padrão viral com que *memes*² são formados na rede. Em geral, o primeiro ciclo de apoios vem de amigos e familiares do idealizador do projeto. De acordo com Brian Meece, da plataforma RocketHub, grande parte das contribuições no espaço criativo vem de amigos dos dois primeiros níveis de sua rede de contatos. É este grupo inicial que estabelece um "sinal de confiança" para a próxima onda de investidores. Sem este sinal, alguns projetos ficam muito mais longe de seus objetivos de captação. Desse modo, é possível afirmar que poucos projetos obtêm impulso suficiente para se tornarem "virais" e receberem a maior parte das contribuições de estranhos. Esta é uma consideração importante para aqueles que pretendem utilizar o *crowdfunding* para viabilizar suas ideias.

2. VANTAGENS DO FINANCIAMENTO COLETIVO³

Levará um tempo para que as pessoas se ajustem ao crowdfunding como uma nova prática de seu cotidiano, mas o modelo tem todas as condições para se tornar uma espécie de "novo ritual" e conferir status aos seus praticantes.

- **Testar seu projeto no mercado:** ao se utilizar de plataformas de *crowdfunding* para financiar sua ideia, você testa seu conceito e o potencial do mercado em que está entrando. Além disso, se aproveita dos *feedbacks* recebidos para melhorar a qualidade de seu projeto.
- **Vender antecipadamente sua ideia:** você pode utilizar-se de *crowdfunding* para vender seus primeiros produtos e financiar a expansão do seu projeto.
- **Ganhar evangelizadores para seu projeto:** imagine milhares de pessoas que acreditam em você e no seu projeto, espalhando a ideia e fazendo com que mais gente conheça seu projeto.
- **Manter 100% do copyright:** ao contrário de outros meios, nesse modelo de *crowdfunding*, o criativo assegura os direitos sobre sua ideia e o controle sobre os rumos de seu projeto.
- **Baixar consideravelmente o risco financeiro:** você não paga nada para colocar o projeto no site e, na maioria dos casos, não há juro, nem participação acionária.

Levará um tempo para que as pessoas se ajustem ao *crowdfunding* como uma nova prática de seu cotidiano, mas o modelo tem todas as condições para se tornar uma espécie de "novo ritual" e conferir status aos seus praticantes. Reconhecendo isso, algumas plataformas já fornecem, inclusive, emblemas aos seus usuários. Esta identificação pode ser usada em outras redes sociais revelando, desta forma, a reputação de investidor de determinado usuário. As pessoas poderão se reconhecer, se descobrir pelas afinidades de investimento, ou ser avaliadas conforme sua

² Meme: É considerado como uma "unidade de informação que se multiplica de cérebro em cérebro". Esta definição cunhada por Richard Dawkins, em 1976, ganhou novo sentido na era virtual, passando a designar conteúdos da internet (fotos, vídeos ou textos) que ganham notoriedade e são espalhados de forma "viral" pela rede.

³ Fonte: Luis Otavio Ribeiro, em post do blog *CrowdfundingBR*.

participação nas mais diversas iniciativas de *crowdfunding*.

3. TRANSFORMANDO O FINANCIAMENTO COLETIVO EM UMA EXPERIÊNCIA DE CONSUMO

O que estas empresas de sucesso compartilham é uma obsessão por fazer com que a experiência do usuário seja excitante.

No final de 2010, o investidor anjo norte-americano, Chris Dixon, postou um interessante *tweet* declarando que o Kickstarter (melhor exemplo de plataforma de *crowdfunding* para projetos criativos) transformou o “mecenato” em uma espécie de experiência de consumo. Para se ter uma idéia, até aquele momento, apenas pelo Kickstarter, já eram mais de 250.000 colaboradores e os incentivos somados ultrapassavam US\$ 20 milhões.

Estes impressionantes resultados instigaram o universo online e trouxeram o questionamento: qual é a experiência social que faz com que esse micro-mecenato consiga persuadir tantas pessoas a participarem dessas iniciativas? Uma primeira abordagem para essa resposta pode ser encontrada na Psicologia Positiva, ou, em outras palavras, na ciência da felicidade. Muitas pesquisas atuais apontam que quando o assunto é “comprar felicidade”, a compra de experiências (cinema, restaurantes, viagens etc) é uma melhor escolha do que comprar produtos.

Entre os sites sem fins lucrativos que proporcionam, de certa forma, a “compra de felicidade”, está o Kiva. A plataforma também conta com resultados expressivos, tendo facilitado o acesso a mais de \$150 milhões em microcrédito para empreendedores de países em desenvolvimento. Outro bom exemplo é o Donors Choose, que mobiliza ajuda de todos os tipos para escolas públicas nos EUA (ex: uma caixa de lápis, violinos para um recital escolar, um microscópio para aulas de biologia).

O que estas empresas de sucesso compartilham é uma obsessão por fazer com que a experiência do usuário seja excitante. Existem alguns elementos essenciais que possibilitam esse tipo de experiência e podem ser utilizados como benchmark pelas plataformas brasileiras:

Existem alguns elementos essenciais que possibilitam esse tipo de experiência e podem ser utilizados como benchmark pelas plataformas brasileiras.

1. **Levar em conta a recompensa emocional de quando doamos algo** (apesar de não caracterizar essencialmente uma doação): A principal recompensa por participar desses sistemas é o contentamento que sentimos ao doar e possibilitar que algo seja criado - independentemente de ser uma banda iniciante querendo lançar um novo álbum ou uma loja de guloseimas diferente que está sendo criada. A interface e as características dessas plataformas são desenhadas para ampliar o impacto desse tipo de recompensa emocional.
2. **Criar uma sensação de reciprocidade:** Todas as plataformas bem sucedidas apresentam algum elemento de reciprocidade. Quando faz um empréstimo pelo Kiva, você, na verdade, recebe seu dinheiro de volta quando o empreendedor retorna o dinheiro para a instituição que organiza os empréstimos. O Kickstarter permite que os criadores ofereçam recompensas para diferentes faixas de financiamento. Na verdade, não funciona exatamente como se as pessoas estivessem comprando aquelas recompensas. É muito mais um sistema de reciprocidade, que serve para reforçar a ligação entre as duas partes.
3. **Criar urgência e uma sensação de movimento:** Os projetos têm datas finais para captação, algo como um blog para atualizações sobre o status de cada projeto. Além de outras características que passam essa sensação de movimento aos incentivadores.
4. **Fazer parte de um grande time:** Estes sites focam em fazer com que todo mundo se sinta envolvido, como se todos - colaboradores e donos de projetos - fizessem parte de um mesmo time. O Kickstarter não é sobre uma pessoa fazer algo com uma base de vários incentivadores, mas sobre um artista e seus fãs, batalhando juntos para criar algo maravilhoso. O Kiva sacode a divisão entre

ricos e pobres, ao dar a chance de trabalharem juntos para moldar um novo mundo.

4. NÃO SE TRATA (SOMENTE) DO DINHEIRO

Quando olhamos mais de perto, o *crowdfunding* revela seu potencial de gerar algo tão ou até mais importante do que a captação do dinheiro: ele agrega valores cívicos em torno de iniciativas pelo bem comum e distribui à comunidade autonomia para resolver seus próprios problemas.

E, particularmente em uma situação onde as pessoas sentem uma ligação emocional com sua organização ou empresa, construir uma comunidade de apoiadores apaixonados aumenta em muito as chances das mudanças acontecerem. Sentir-se ligado a uma causa ou uma empresa depois de investir ou comprar o seu produto potencializa as relações humanas envolvidas.

Diante disto, o modelo de *crowdfunding*, devido à possibilidade de mobilização de centenas ou milhares de potenciais investidores, amplia a tendência natural de nos tornarmos divulgadores entusiasmados de algo com que nos comprometemos a apoiar.

O crowdfunding agrega valores cívicos em torno de iniciativas pelo bem comum e distribui à comunidade autonomia para resolver seus próprios problemas.

Integrante da Starting Bloc, que ajuda na construção de uma infraestrutura americana para o mundo das empresas sociais, Martinho Montero explica: “*Crowdfunding* é uma excelente maneira de constituir uma comunidade de evangelistas apaixonados. É uma forma eficaz de trazer pessoas com um profundo sentimento de propriedade no empreendimento e senso de pertencimento. Ele cria um efeito de aplausos, onde todos sabem o seu nome através da criação de uma comunidade de fãs que acredita e defende a causa justa como se fosse sua. E de fato, realmente é!”.

Mesmo que a tecnologia para redes sociais esteja mais avançada do que jamais foi, ainda subestimamos o quão poderosos podem ser a experiência de doação e o capital social. Nos próximos anos, veremos uma onda de serviços e iniciativas baseadas na web que irão se aproveitar do potencial viciante dessas experiências. Os empreendedores que entenderem bem como isso funciona terão criado, não somente meios de comércio inovadores, como também instrumentos de cultura e engajamento social.

Conheça as principais plataformas de *crowdfunding* do mundo:

| Tipo / Localidade | Mundo | Brasil |
|--------------------|---------------------------------------|----------------------------------|
| Projetos Criativos | Kickstarter IndieGoGo RocketHub | Catarse Queremos Motiva.me |
| Ação Social | Kiva DonorsChoose | Senso Incomum |

5. CASES BRASILEIROS⁴

5.1 RABISCARIA

O Rabiscaria é um site que ajuda designers independentes a produzirem e venderem seus produtos via internet, de forma social. Para viabilizar o desenvolvimento do site, o designer Carlos Filho utilizou o *crowdfunding*, através da plataforma brasileira Catarse, tornando-se o primeiro projeto bem-sucedido do tipo no Brasil. Foram arrecadados pouco mais de R\$ 23 mil em 45 dias. O interessante é que quase 80% do valor foi arrecadado nos últimos dois dias, em uma “emocionante campanha na reta final”. O site deve ir ao ar em meados de abril de 2011 e as recompensas para os apoiadores - peças assinadas por designers convidados - já estão em confecção.

⁴ Fonte: [Revista Exame](#).

5.2 LIVRO PARA VOAR

O Senso Incomum, plataforma focada em projetos sociais, financiou recentemente o projeto “Livro para Voar”. A iniciativa produziu, em fevereiro de 2011, *displays* para incentivar a doação de livros, comprados com R\$ 276,00 doados por 12 pessoas. Trata-se de um dos primeiros projetos financiados por *crowdfunding* no país. A partir dessa pequena experiência, espera-se captar projetos maiores, que tragam impactos positivos para a sociedade.

6. FONTES

- [It's Not About the Money](#)
- [Addictive Gifting: How Kickstarter, IndieGoGo and Kiva Turned Patronage into a Consumer Experience](#)
- [GLIF e as vantagens do Crowdfunding](#)
- Livro: The Crowdfunding Revolution | Social Networking Meets Venture Financing (Kevin Lawton e Dan Marom)

AUTORES

Eduardo Sangion é co-fundador e responde pela direção executiva da Senso Incomum, primeira *startup* brasileira a constituir uma plataforma de *crowdfunding* para projetos sociais de qualquer porte. Pós-graduado em Marketing pela FGV, trouxe para o negócio toda sua vivência como consultor em projetos *go-to-market* para grandes multinacionais de bens de consumo como Johnson & Johnson, PepsiCo e Sadia.

Ajudou a escrever o Manifesto do Indivíduo Não-Governamental e, tendo este conceito por base, espera que a Senso Incomum se torne uma grande plataforma de inovação social.

Felipe Matos é sócio-fundador do Grupo Instituto Inovação. Na Inventta, Felipe liderou a consolidação do primeiro escritório internacional da consultoria, na Colômbia, onde se tornou líder de Operações e Projetos. Participou da construção da parceria com a NineSigma - plataforma de *open innovation* sediada nos Estados Unidos e coordenou o desenvolvimento do Sistema Inventta.net.

No Brasil, gerencia projetos que possuem fortes componentes de TI.

Empreendedor, com 16 anos, Felipe fundou o portal Girando WAP - o primeiro portal da América Latina para acesso à Internet via telefonia celular. A empresa foi comprada pela Takenet, onde Felipe passou a atuar como gerente de produtos, antes de fundar o Grupo Instituto Inovação.